

资产配置与组合营销策略

主讲：金玉成

课程收益：

1. 清晰掌握金融理财的“财富健康三标准”、“核心两大规划”，并以此作为与客户沟通的切入点，并以此基础为客户设计金融理财搭配，实现高效营销；
2. 能运用“四大核心金融理财需求”、“体验式销售”等两大模式，深挖客户需求，引导客户自我说服；
3. 熟练运用客户信息收集表，灵活运用信息收集表格，并结合人生大事表为客户制定规划目标，挖掘潜在需求；
4. 掌握五大人生阶段的差异，并根据各阶段特点找准客户的理财目标；
5. 灵活运用现有理财产品，合理为客户配置资产，梳理客户未来目标，提升服务质量，增强客户黏性，实现组合营销的目的；

课程时间：1天，6小时/天

课程对象：保险公司一线销售团队员工及相关管理者

授课方式：

专题讲授、案例分析、情景模拟、小组研讨、互动提问、头脑风暴、启发教学

课程大纲：

一、金融理财服务定位

1. 金融顾问的角色定位

思考：角色认知——我工作的角色是什么？

2. 金融营销压力形成与解决方向

3. 增加客户“黏性”出发点探究

4. 客户需求的本质

5. 营销的核心本质

二、理财营销之客户信息识别与需求挖掘

1. 财富健康三大标准

A. 现金流管理

B. 风险管理

C. 投资管理

2. 家庭财务报表制作及财务评价

A. 资产负债表

B. 收入支出表

C. 六大财务指标测评

课程演练：家庭财务报表整理与分析

3. 理财规划目标与生命周期理论

A. 单身期

B. 形成期

C. 成长期

D. 成熟期

E. 退休期

课程演练：客户非财务目标信息整理

4. 风险应对六大手段与人生必备七张保单

A. 保险应对六大手段

风险控制、风险规避、风险承受、风险转移、风险转换、风险对冲

B . 人生必备七张保单

人寿险、意外险、健康险、养老险、子女教育、子女意外、财产增值

C . 保险保障面与保额确定

D . 保险的选择依据

E . 演练：案例家庭的保障设计

三、理财产品介绍与投资组合

1、常规理财产品介绍

A . 股票市场法则

B . 基金投资原则

C . 保险选择要素

D . 投资五个关键

了解客户、了解风险、了解目标、了解工具、了解时势

E . 投资工具收益性、风险性、流动性判别

2、投资市场简读

分享交流 1：股票市场投资形势简读

分享交流 2：黄金市场投资形势简读

分享交流 3：房地产投资形势简读

四、结合理财的需求激发与组合营销

1、需求激发营销模式

A . 体验式需求激发

B . 人生核心需求激发

演练：体验式销售

2、核心理财目标实现

A．望子成龙教育策略

B．风险管理无忧人生

C．安享晚年退休计划

D．投投是道投资规划

3、结合自身产品组合营销

A．产品搭配方案组合营销

B．结合养老与子女教育无压力营销

案例操作：理财产品实现客户需求

案例分享：产品搭配

五、课程回顾与总结